

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ (UFPR)**

**VALTER SELUZNIAK**

**A FARINHA DE TRIGO NO BRASIL**

**CURITIBA / PR**

**2010**

**VALTER SELUZNIAK**

**A FARINHA DE TRIGO NO BRASIL**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao curso de MBA em Marketing Empresarial da Universidade Federal do Paraná.

Orientador: Romeu Rössler Telma

**CURITIBA/PR**

**2010**

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ (UFPR)**

**MBA EM MARKETING EMPRESARIAL**

**TERMO DE APROVAÇÃO**

**FARINHA DE TRIGO NO BRASIL**

**VALTER SELUZNIAK**

**BANCA EXAMINADORA**

Professor (a) \_\_\_\_\_ Data \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

Professor (a) \_\_\_\_\_ Data \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

Professor (a) \_\_\_\_\_ Data \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

## DEDICATÓRIA

Primeiramente eu dedico a Deus por me dar força nesta jornada de minha vida, e aos meus pais pelo incentivo nos meus estudos.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço a minha família pela paciência, incentivo e compreensão.

"Mantenha seus pensamentos positivos, porque seus pensamentos tornam-se suas palavras. Mantenha suas palavras positivas, porque suas palavras tornam-se suas atitudes. Mantenha suas atitudes positivas, porque suas atitudes tornam-se seus hábitos. Mantenha seus hábitos positivos, porque seus hábitos tornam-se seus valores. Mantenha seus valores positivos, porque seus valores... Tornam-se seu destino."

Mahatma Gandh

## **RESUMO**

A pesquisa procurou levantar o processo histórico da origem da farinha de trigo no Brasil, com ênfase na região sul. Analisa algumas características da cadeia produtiva do trigo no Brasil, com o objetivo de escrever a evolução da produção, consumo e políticas relacionadas até os dias de hoje. A cadeia produtiva do trigo é composta a montante por um grande número de indústrias de insumos, máquinas, equipamentos e serviços e pelo setor produtivo, é composta principalmente pelas indústrias moageiras e de transformação final. Constatou-se que o segmento agrícola é o mais prejudicado pelas importações, mas atualmente todos os segmentos de cadeia produtiva começam a ser ameaçados com as importações.

Palavras Chaves: farinha de trigo, cadeia produtiva, importações.

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Produção de Trigo no Brasil.....	17
Gráfico 2 – Trigo no Mundo – Produção e área plantada.....	18
Gráfico 3 - Mundo concentração do estoque.....	19
Gráfico 4 - Força de Glúten – Safra 2010/11.....	21
Gráfico 5 – Alteração esperada no consumo de trigo e alimentos em face ..... da diminuição no preço do cereal.....	25



## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Produção de trigo e participação entre 2005 e 2007 .....	30
Tabela 2 - Dados de consumo de farinha de trigo no Paraná .....	33
Tabela 3 – Marcas de Farinha de Trigo Preferidas (Respostas Múltipla) .....	34
Tabela 4 – Marcas de Farinha de trigo compradas com mais frequencia .....	35
Tabela 5 – Fatores determinantes da escolha da farinha de trigo.....	36
Tabela 6 – Características de uma farinha de trigo de qualidade .....	37
Tabela 7 – Tipos preferidos de farinha de trigo .....	37
Tabela 8 – Tipo de Embalagem preferido da farinha de Trigo .....	38
Tabela 9 – Tamanho preferido do pacote de Farinha de Trigo .....	38
Tabela 10 – Tipos de usos da farinha de trigo .....	39
Tabela 11 - Locais preferidos de compra da farinha de trigo .....	40
Tabela 13 – Resposta da Questão I .....	42
Tabela 14 – Respostas da Questão 2 .....	43
Tabela 15 – Resposta a questão 3.....	43
Tabela 16 – Farinha de Trigo, Preços ao consumidor – Curitiba – Pr.....	46

## SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO .....	12
1.1 Objetivo Geral .....	13
1.2 Específicos.....	13
1.3 Justificativa .....	13
2 ORIGEM DO TRIGO .....	14
2.1 O trigo no Brasil .....	15
2.2 Evolução da Produção Nacional .....	15
3 COMPORTAMENTO RECENTE DO MERCADO DE TRIGO.....	18
3.1 Mundo .....	18
3.2 Mercosul .....	19
3.3 Brasil .....	19
3.4 Avaliação do Abastecimento Nacional.....	20
3.5 Medidas de Apoio à comercialização no curto prazo .....	21
3.6 Medidas de Apoio à Tricultura Nacional.....	21
4. EVOLUÇÃO DO CONSUMO DE TRIGO NO BRASIL .....	23
4.1 Efeitos de subvenção ao consumo e a produção.....	24
4.2 Caracterização da Cadeia Produtiva Atual .....	26
4.2.1 Segmento produtivo do trigo em grão.....	27
4.2. 2 Segmento Moageiro.....	28
4.3 Aspectos da indústria de derivados de trigo no Brasil.....	31
5 PLANO DE MARKETING PARA AUMENTO DE VENDAS DO TRIGO PARANAENSE .....	33
5.1 Análise do consumo de farinha de trigo no Paraná.....	33
5.2 Origem da farinha de trigo consumida no Paraná .....	33
5.3 A farinha de trigo e o consumidor paranaense .....	35

5.4 Fatores determinantes da escolha do produto.....	35
5.5 Como deve ser a farinha de trigo.....	36
5.6 Tipo preferido de farinha de trigo.....	37
5.6.1 Tipo de embalagem preferida.....	38
5.6.2 Tipos de uso que o consumidor faz com a farinha de trigo.....	39
5.6.3 Locais de compra e fatores determinantes da sua escolha.....	39
5.6.4 Como mudar hábitos de compra.....	41
6. QUESTIONÁRIO DA PESQUISA APLICADA AO CONSUMIDOR PARANAENSE .....	42
7. ESTRATÉGIAS MERCADOLÓGICAS PRATICADAS PELAS EMPRESAS.....	45
8 CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	49
REFERÊNCIAS.....	50

## 1 INTRODUÇÃO

Presente na mesa dos brasileiros do café da manhã ao jantar, já que é um dos principais ingredientes no preparo de pães, bolos, biscoito, massas, salgadinhos etc., a farinha de trigo para uso doméstico é encontrada no mercado com três tipos de classificação: farinha de trigo especial, comum e integral.

Sabe-se que o trigo é um cereal consumido em grande escala, e grande parte em forma de pão, portanto, as cultivares desenvolvidas deve ter o potencial de produzir uma farinha que atenda as especificidades ao produto final, as características de crescimento, textura, sabor e coloração desejada, extensibilidade, e ainda teor de glúten. (MITTELMANN ET al., 2000).

O melhoramento da qualidade da farinha representa um acréscimo na qualidade do produto, uma oportunidade para se agregar valor ao mesmo (SHMANHOTTO, 2006).

As indústrias nacionais de farinha de trigo e de massas alimentícias, bem como todos os participantes da cadeia produtiva de massas alimentícias sofreram e ainda sofrem alterações, principalmente a partir de 1990, com o fim da regulamentação do governo e a queda de barreiras tarifárias e não tarifárias para importação de itens como a farinha de trigo e também as massas alimentícias.

De acordo com a Associação Brasileira das Indústrias de Trigo – ABITRIGO (2007), o país que tinha atingido a situação de quase auto-suficiência na produção do trigo em 1988, importando apenas 11,30% das necessidades de consumo de grãos, com o fim da regulamentação passa a importar 75,88% do consumo brasileiro no ano de 1998, e em 2005 ainda importa 45,33% da sua necessidade.

É neste contexto de importantes mudanças que a produção de massas alimentícias e de farinha de trigo está inserida, estas alterações, como as medidas liberalizantes adotadas pelo governo com o fim dos subsídios ao trigo e a abertura do mercado brasileiro, gera pressões por mudanças e na estrutura, nas estratégias competitivas e no desempenho das empresas, para se manterem competitivas.

## **1.1 Objetivo Geral**

Analisar o comportamento do mercado de farinhas de trigo e propor ações de Marketing visando aumentar o seu consumo na região Sul do Brasil.

## **1.2 Específicos**

Analisar como os mercados de consumo doméstico e de transformação (panificação) estão interagindo entre si e se há migração de consumo de um para o outro.

Sugerir campanhas de marketing que salientem as propriedades nutricionais do produto e sua relevância para a saúde humana.

Propor ações institucionais que alavanquem o consumo global de farinhas para consumo doméstico independente de marcas.

## **1.3 Justificativa**

Com base em conceituados institutos de pesquisas de mercado como Nielsen do Brasil, verificamos que o mercado de farinhas de trigo destinado ao consumo final, aquele que é transformado nas residências pelas donas de casa, vem apresentando uma estagnação no decorrer dos anos e em alguns períodos até ligeiras quedas nas vendas.

As empresas que atuam neste segmento entendem que o consumo deveria acompanhar pelo menos ao aumento vegetativo da população, e isso não está ocorrendo hoje. Diante da necessidade de respostas para esse cenário, e acreditando que o tema é relevante, propõe-se que este trabalho analise e procure entender tal comportamento. Depois das possíveis conclusões tiradas, será proposto um plano de Marketing visando inverter esta curva de queda no consumo.

## 2 ORIGEM DO TRIGO

O desenvolvimento e o progresso da humanidade estão intimamente ligados à história do trigo. Escavações arqueológicas no sul da França e na Suíça descobriram grãos de trigo fossilizado junto a ossos humanos. Esses achados e muitos outros provam que, já em tempos pré-históricos o trigo era alimento básico do homem.

A utilização do trigo começou quando, em algumas regiões do mundo, o homem deixou de ser o nômade que colhia os vegetais à medida que os encontrava, passando ao plantio ordenado de cereais. Acredita-se que as civilizações e o cultivo de grãos surgiram quase ao mesmo tempo, e talvez um em decorrência do outro.

Os cientistas acham que o trigo foi cultivado pela primeira vez, entre os rios Tigre e Eufrates, na antiga Mesopotâmia (atual Iraque). Em 1948, o cientista norte-americano Robert Braindowood descobriu sementes de trigo no Iraque que datam de aproximadamente 6700 a.C. Os dois tipos de trigo encontrados por Braindowood são muito semelhantes, em diversos aspectos, ao trigo cultivado atualmente.

A bíblia faz freqüentes referências à produção, uso, armazenamento e doenças do trigo. Por ela, ficamos sabendo que o trigo foi um importante alimento na Palestina e no Egito. Teofrasto, filósofo grego viveu por volta de 300 a.C., escreveu sobre diversos tipos de trigo que cresciam em toda a bacia do mediterrâneo. O trigo era plantado na China muito tempo antes do nascimento de Cristo.

Em Roma, o trigo era o cereal nobre, preferido pelos ricos, enquanto que os pobres e os escravos tinham que contentar-se com a cevada. Da região mediterrânea, o grão foi levado para o resto da Europa e, na Alemanha, na Dinamarca, na Suécia, na Noruega e na Finlândia foi gradualmente substituindo outros cereais usados na alimentação.

O trigo chegou à América na época dos descobrimentos, quando Cristovão Colombo<sup>1</sup> (1451-1506) trouxe algumas sementes da Europa, em 1493. Hernando Cortês introduziu o cereal no México em 1519. De lá alguns missionários o levaram para os atuais estados norte-americanos do Arizona e Califórnia.

---

<sup>1</sup> Cartógrafo e navegador foi o primeiro europeu a chegar às Américas, no dia 12 de outubro de 1492.

O Brasil foi o primeiro país das Américas a exportar trigo, graças às plantações que possuía em São Paulo, Rio de Janeiro e outras regiões. Ao que parecem, as primeiras sementes foram traduzidas por Martim Afonso de Sousa, em 1534, para a capitania de São Vicente (São Paulo) onde se aclimataram muito bem.

Os trigais expandiram-se e alcançaram o nordeste. O trigo foi plantado em Garanhuns (Pernambuco), Teixeira (Paraíba), Meruoca (Ceara) chegando até a Ilha de Marajó, no Pará. Mais tarde, desenvolveu-se também em Minas Gerais e Goiás. Em 1737, colonos açorianos deram grande impulso ao cultivo desse cereal e o Brasil exportava grandes quantidades de trigo para Portugal.

Em meados do Século XIX, os trigais foram atacados pelas ferrugens, praticamente desaparecendo até a Primeira Guerra Mundial. A partir desse período, o governo brasileiro passou a se interessar mais pela questão, concedendo prêmios aos produtores e estimulando a pesquisa experimental. Com esse estímulo a cultura do trigo foi retomada, desenvolvendo novas espécies, mais resistentes à ferrugem.

## **2.1 O trigo no Brasil**

A retrospectiva da intervenção estatal no mercado de trigo no Brasil tem como marco o ano de 1967, quando foi publicado o Decreto-Lei 210, em vigor até novembro de 1990, que regulamentou toda a política de produção, comercialização e industrialização do trigo no país.

Durante esse período, vigorou uma política estável na comercialização de industrialização do trigo. Na produção, ocorreram mudanças no processo tecnológico, nos níveis de financiamento e preços, os quais serviram de estímulo e desestímulo ao setor <sup>2</sup> tritícola brasileiro.

## **2.2 Evoluções da Produção Nacional**

O primeiro registro de plantio de trigo no Brasil é de 1534, quando foi realizado o cultivo na Capitania de São Vicente. Somente em 1737, a lavoura tritícola foi introduzida no Rio Grande do Sul por colonos vindos dos Açores. A

---

<sup>2</sup> Refere-se a todos os produtos de trigo e massas alimentícias

cultura adquiriu tamanha expressão que, nas duas décadas iniciais do século XIX, o Rio Grande do Sul chegou a exportar o cereal para outros estados e até para outros mercados. Mas, entre 1810/15 com o aparecimento da ferrugem, o trigo deixou de existir como cultivo econômico (Soares, 1980).

O trigo voltou a ser cultivado no começo deste século quando o governo tomou medidas para incentivar a lavoura e a pesquisa, selecionando sementes mais apropriadas às condições de solo e clima.

Segundo Costa (1990), no início do século XIX, o Brasil exportava 13,5 mil toneladas de trigo. Após a incidência da ferrugem, a produção caiu para 2,7 mil toneladas. Porém foi apenas em 1927, quando a produção alcançou 120 mil toneladas, que o Ministério da Agricultura criou três estações experimentais para a pesquisa da cultura. Em 1947, a produção de trigo no Brasil atingiu 340 mil toneladas de grãos.

A evolução do cultivo de trigo no Brasil, no período de 1962 e 1986, propiciou a passagem de 258 mil hectares para 3.854,7 mil hectares plantados, representando acréscimo de 1.394 no período, conforme tabela 1. A produção para o mesmo período correspondeu à passagem de 255,4 mil toneladas em 1962 para 5.683,7 mil toneladas em 1986, representando acréscimo de 2.125%.

Costa (1990) afirma que o PROAGRO instituído em 1974 contribuiu para ampliar a área cultivada com trigo, já que, no ano anterior, ocorreram geadas que causaram danos significativos à cultura. Com esta medida, a área cultivada aumentou para 3.110,8 mil hectares em 1975.

Em termos gerais, é possível afirmar que, na década de sessenta, o trigo era cultivado apenas no Extremo Sul do país, abaixo do paralelo 24, que abrange o Sul do Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul. Na década de setenta, essa situação começou a se inverter, mostrando uma tendência para o norte do Paraná, acompanhando o crescimento da cultura da soja.

Na década de 1960, o Rio Grande do Sul era responsável por cerca de 91% da produção nacional. A partir da década de 1970, com a mecanização do meio-oeste do Paraná cresceu a participação deste estado, que produziu 39% em 1978 e 70% em 1995 (PANORAMA SETORIAL, 1996).

Na década de 1980, o governo reduziu a oferta de recursos para custeio das safras agrícolas e, em 1987, extinguiu o subsídio ao consumo de trigo, que se manteve por 15 anos.



Apesar das condições econômicas adversas que enfrentava o país, nunca esteve tão próximo da auto-suficiência. Entre fatores que proporcionaram tal condição, é importante destacar o avanço tecnológico conseguido pela pesquisa através da criação de variedades mais produtivas e adaptadas às condições climáticas brasileiras. Além disso, a produção de trigo, a partir de 1985, foi caracterizada pela melhoria na qualidade do grão, cujo peso hectolitro médio (Ph-médio) ultrapassou a 78 kg/hectolitro. Estavam superados, assim, alguns fatores que interferiam na qualidade do trigo nacional.

Em contrapartida, a partir de 1990 com a retirada do apoio governamental à cultura, desestimulou-se a produção, reduzindo-a para menos de 3,0 milhões de toneladas na década de noventa. Contribuiu, para isso, também a maior liberdade de importação, sem as devidas precauções para salvaguardar a produção interna das práticas desleais de mercado.

O gráfico 01, mostra a concentração da produção de trigo no Brasil na safra de 2007-2008 onde a produção foi de 3,8 milhões de toneladas, sendo 48,5% no estado do Paraná, 40,0% no Rio Grande do Sul, 5,34% em Santa Catarina, 2,8% em São Paulo e nos demais estados 3,4%.

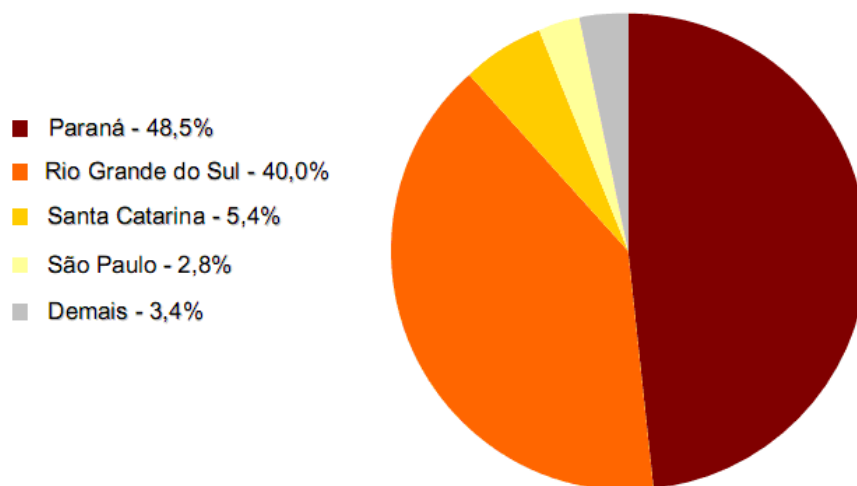


Gráfico 1 – Produção de Trigo no Brasil - Safra de 2007/2008

Fonte: Conab

### 3 COMPORTAMENTO RECENTE DO MERCADO DE TRIGO

#### 3.1 Mundo

Forte aumento da produção mundial em 2008/09 e 2009/10.

Formação de um excedente de oferta sobre o consumo mundial de 72 milhões de toneladas nas safras 2008/09 e 2009/10.

Elevando os estoques mundiais para 124 milhões de toneladas.

Problemas climáticos reduzem a safra 2010/11, principalmente na Rússia, Ucrânia e Cazaquistão, Quebra de safra de 41 milhões de toneladas. A região do Mar Negro responde por 27% das exportações mundiais de trigo, principalmente para rações, influenciando na alta dos preços do milho.

Produção menor que o consumo em 22 milhões de toneladas, leva à redução dos estoques mundiais.

Reversão da curva de preços com expressivo aumento até os dias de hoje. O trigo FOB Golfo do México subiu cerca de 50% e com origem Argentina mais de 30%.

O gráfico abaixo mostra a produção e área plantada em milhões de hectares e milhões de toneladas no mundo.

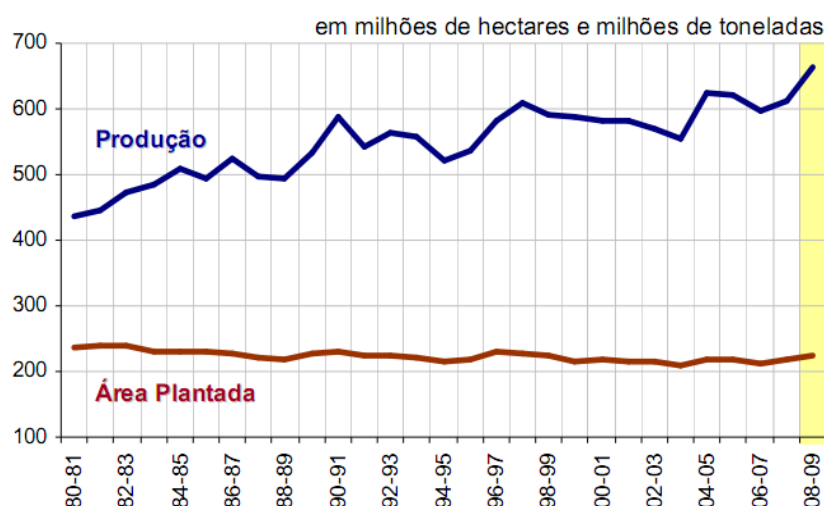


Gráfico 2 – Trigo no Mundo – Produção e área plantada

Fonte: USDA

### 3.2 MERCOSUL

Aumento da produção de 15 milhões para 21 milhões de toneladas para excedente exportável no Bloco. O consumo está previsto em 17,0 milhões de toneladas.

O Paraguai e Uruguai elevam a produção para exportar para o Brasil e tem excedente exportável de 1,5 milhões de toneladas.

A safra da Argentina inicia processo de recuperação da produção podendo ser de 12 milhões de toneladas, segundo o USDA. O governo argentino elevou para 13 milhões de toneladas sua estimativa de produção. A Argentina produziu até recentemente 16 milhões de toneladas no ano.

No ano safra 2009/10 (ago/2009 a jul/2010) a Argentina, Uruguai e Paraguai exportaram ao Brasil 5,0 milhões de toneladas de trigo em grão de um total importado de 5,9 milhões de toneladas (86%).

O gráfico 3 - mostra a concentração de estoque do trigo no mundo na safra de 2007-08.

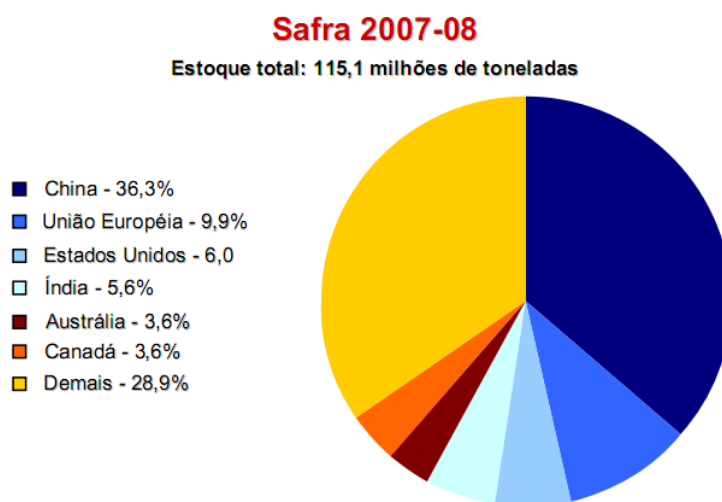


Gráfico 3 – Mundo Concentração do Estoque  
Fonte: USDA

### 3.3 Brasil

A produção atual está estimada em 5,6 milhões de toneladas, contra 5,0 milhões em 2009/10.

No Paraná, estima-se uma produção de 3,2 milhões de toneladas (+237%) e no Rio Grande do Sul de 1,8 milhões de toneladas, igual ao do ano anterior.

A Região Sul produzirá safra que corresponde a +- 94% da colheita brasileira.

### **3.4 Avaliação do Abastecimento Nacional**

A demanda do trigo pelo Brasil alcançou 10,2 milhões de toneladas na safra 2009/10. Prevê que em 2010/11 seja de 10,4 milhões de toneladas.

A indústria de moagem processou 9,3 milhões de toneladas. Estima-se em 2010/11 o beneficiamento de 9,6 milhões de toneladas.

As importações de grãos em 2010 (janeiro a setembro) foram maiores em 826 mil toneladas sobre igual período do ano anterior. Prevendo aumento do consumo.

As importações de farinha de trigo 2009 foram de 637,5 mil toneladas, equivalente a 850 mil toneladas de trigo em grão. Esse volume deve se repetir em 2011.

A superoferta de trigo no MERCOSUL dá plena tranquilidade ao abastecimento nacional, mas mantém os preços internos pressionados, abaixo do preço mínimo.

No Paraná estima-se que cerca de 1,0 milhão de toneladas tenha sido comercializado, excluído o PEP, de um total de 3,3 milhões de toneladas produzidas.

No Rio Grande do Sul a colheita está encerrada com perspectiva de trigo de boa qualidade. É necessário segregar a produção para se obter maior liquidez.

O resultado da análise de 46 amostras do trigo do Rio Grande do Sul negociado nos leilões de PEP atual, equivalente a cerca de 400 mil toneladas, pode ser visto no gráfico abaixo. Mostra uma qualidade surpreendente, mas esperada, com Falling Number médio de 305 segundos e Força de Glúten acima de 180 em 40 amostras e acima de 220 em 26 amostras, que são os valores mínimos da força de glúten necessária para o trigo Classe Pão Tipo 1 pelo regulamento vigente e a vigor a partir de julho de 2011, respectivamente.

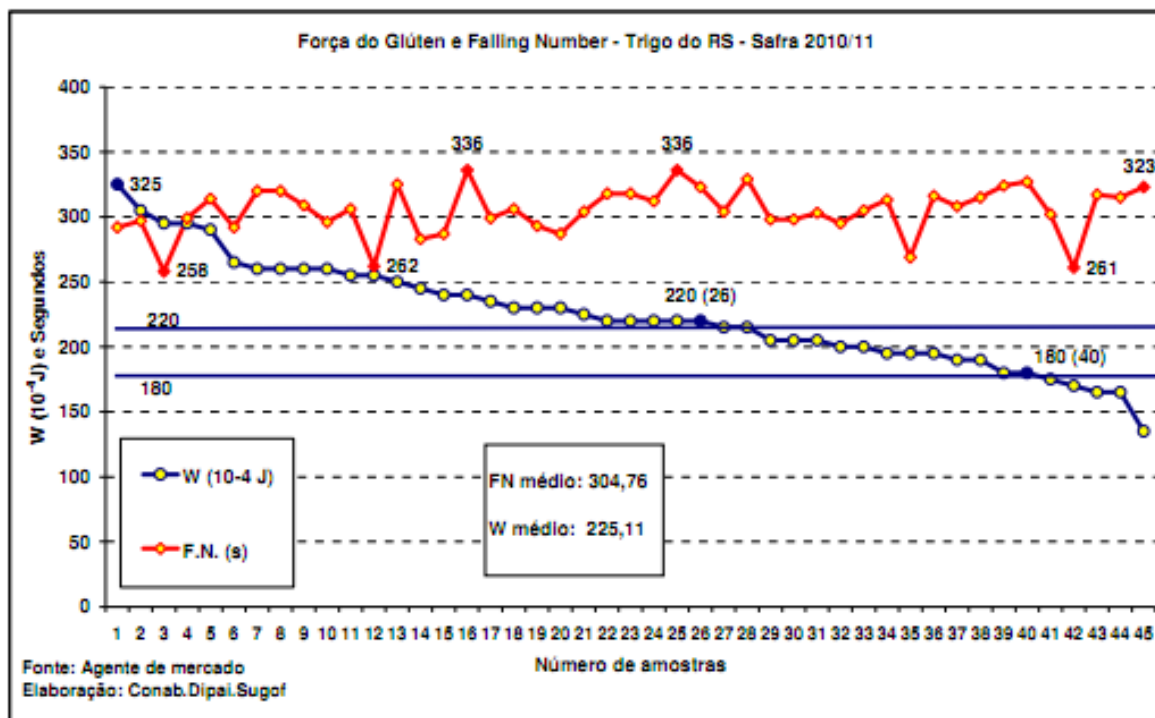


Gráfico 4 - Força de Glúten – Safra 2010/11  
Fonte: Agente de mercado / Conab

### 3.5 Medidas de Apoio à comercialização no curto prazo

As restrições às compras do trigo paranaense devido à “qualidade” não própria para panificação vão exigir o apoio do governo em AGF e PEP, principalmente de PEP com menor custo de intervenção no Rio Grande do Sul.

O governo vai liberar R\$ 300 milhões para apoiar a comercialização da safra de trigo. Para isso foi publicada a Portaria nº 1.071 de 8 de novembro de 2010, que estabelece os parâmetros para a concessão de subvenção econômica, na forma de equalização de preços, por meio de leilões públicos.

### 3.6 Medidas de Apoio à Tricultura Nacional

Maior produção nacional vai exigir duas medidas de apoio ao setor produtivo primário:

- Contingenciamento das importações – exigir compra de trigo nacional equivalente ao volume comprado no exterior.

- b) Taxação das importações de farinha de trigo – taxar as importações de farinha. O Uruguai taxa as importações de farinha de trigo da Argentina em 12%. Ambos são membros do MERCOSUL.

#### 4. EVOLUÇÃO DO CONSUMO DE TRIGO NO BRASIL

Para garantir o abastecimento e ampliar o consumo de trigo em todo o território brasileiro, o governo, através do Decreto-Lei 210, estabeleceu as mediadas a seguir:

Divisão do país em oito zonas de consumo.<sup>3</sup>

Elaboração de estimativas anuais para cada zona de consumo das necessidades de trigo.

Distribuição de cotas de zonas de consumo, principalmente a capacidade de moagem registrada dos moinhos.

Penalidade para o moinho que recebesse menos de 80% de sua cota.

Estas normas tiveram importância por estimar a procura de trigo por zona de consumo, o que permite considerar o crescimento da população, da renda, da urbanização e de outros fatores distintos em nível regional. Também estimulou os moinhos a industrializar o trigo que lhe foi atribuído destas medidas o governo visava garantir que os consumidores não sofreriam escassez da farinha de trigo por negligência dos moinhos.

Soares (1980) acredita que a política de abastecimento permitiu ao governo distribuir cotas aos moinhos de uma região, compatível com as necessidades de consumo da área. Até o ano de 1980, ocorreu aumento considerável de consumo de farinha de trigo, principalmente na zona 6, com elevação de 196% no consumo, seguido da zona 1 com incremento de 183%. A zona 3 expandiu seu consumo em 138%, a zona 8, que corresponde aos estados do Rio Grande do Sul e Santa Catarina ampliou em 122%. Já a zona 2 ampliou em 118% e as zonas 4, 5 e 7 ampliaram seu consumo em 97%, 62% e 84%, respectivamente.

Observa-se na década de 1980, os estados localizados nas Regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste ampliaram o consumo de farinha de trigo mais do que os estados localizados na Região Centro-Sul do Brasil. As estatísticas de consumo interno são bastante confiáveis, porque o Banco do Brasil durante o período de compra estatizada foi o grande vendedor e entregava semanalmente as cotas a cada indústria em função de uma programação previamente estabelecida. Esta

---

<sup>3</sup> Maiores informações sobre as medidas adotadas para ampliar o consumo, nos artigos 7, 8, 9 e 10 do Decreto Lei 210.

programação se baseava na capacidade de industrialização e também de acordo com o consumo estimado na região.

#### **4.1 Efeitos de subvenção ao consumo e a produção**

A política de preços para o trigo, seguida a partir de 1950, apresenta duas fases distintas: a de subsidio de preço as produção, que visava à ampliação do plantio, e a de subsídio ao consumo, com o objetivo de expandir o consumo de derivados de trigo em todo o Brasil.

O subsidio ao consumo surgiu na década de 1950, foi reduzido na década de 1960 e reapareceu explicitamente após o aumento de preços internacionais do trigo em grão em 1973.

Soares 1980, explica como a subvenção pode elevar o consumo de trigo através da Teoria da Utilidade. Esta teoria permite que se façam previsões relativas ao comportamento dos consumidores e representa uma ponte entre os fenômenos observáveis e o estado subjetivo de satisfação dos indivíduos. Segundo a Teoria da Utilidade, com a redução do preço de um bem (considerado trigo no eixo horizontal e outros alimentos no eixo vertical), a restrição orçamentária passa a ser mais inclinada e o consumidor poderá adquirir mais daquele bem, passando para uma curva de utilidade superior com o objetivo de maximizar sua satisfação.

O gráfico 1 permite visualizar o comportamento do consumidor. Na situação inicial, a linha de restrição orçamentária para renda  $R$ . é  $R/P_a$  e  $R/P_{t1}$ . O consumidor maximiza sua satisfação consumindo  $B_1$  de trigo e  $A_1$  de outros alimentos, quando o preço do trigo diminui para  $P_{t2}$  a nova linha de restrição orçamentária será dada  $R/R_{pa}$  a  $R/P_{t2}$  e o consumidor eleva o seu consumo até atingir  $B_2$  de trigo e  $A_2$  de outros alimentos.



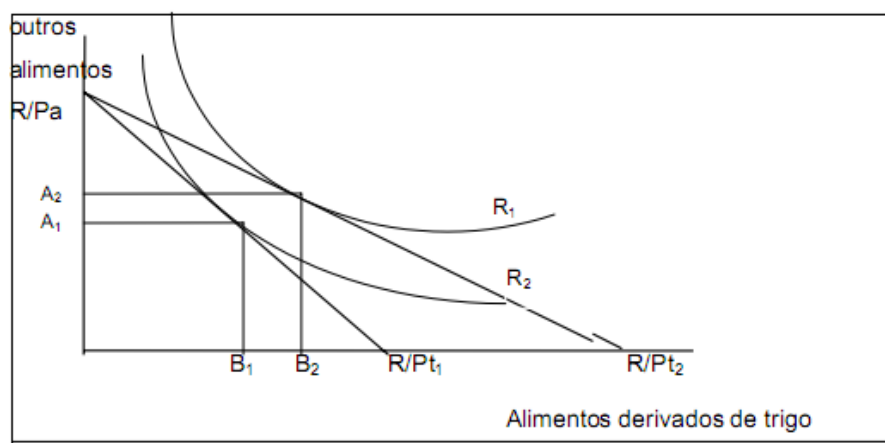


Gráfico 5 – Alteração esperada no consumo de trigo e alimentos em face da diminuição no preço do cereal  
Fonte: Agente de mercado / Conab

Em um determinado instante de tempo se o preço do trigo diminui, o consumidor maximiza sua satisfação, aumentando o consumo de ambos os bens, ou apenas dos derivados de trigo.

O consumo de derivados do trigo não é influenciado somente pelo preço do bem, mas por outros fatores, destacando-se o processo de migração entre regiões, a nove classes de dispêndio, com remuneração menor que um salário mínimo até mais de trinta salários mínimos.<sup>4</sup>

O autor constatou que, para as regiões Norte e Nordeste 5 e 7, a elasticidade-renda da demanda foi superior a 2,0 até a classe de dispêndio três, superior a 1,0 na classe de dispêndio quatro e sete e inferior a 1,0 nas classes de dispêndio oito e nove. Para a Região Sul, 3, o autor constatou elasticidade superior a 1,0 na classe de dispêndio 2, enquanto que para a Região 2, que corresponde ao estado de São Paulo, a elasticidade encontrada foi superior a 1,0, nas classes de dispêndio um e dois, na Região 1, a elasticidade foi superior a 1,0 para as três primeiras classes de dispêndio.

Com isso, pode-se afirmar que a subvenção ao consumo teve maior ênfase nas Regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste devido à menor disponibilidade de

<sup>4</sup> Região 1 – Rio de Janeiro; Região 2 – São Paulo; Região 3 – Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul; Região 4 – Minas Gerais; Espírito Santo; Região 5 – Nordeste; Região 6 – Distrito Federal; Região 7 – Norte e Centro-Oeste. Classe de dispêndio: 1 – menor que um salário mínimo; 2 – de 1 e 2 salários; 3 – de 2 e 3,5 salários mínimos; 4 – entre 3,5 e 5 mínimos; 5 e 7 mínimos; 6 – entre 7 e 10 mínimos; 7 – entre 10 e 15 mínimos; 8 – entre 15 e 30 mínimos; 9 – mais de 30 salários mínimos.

renda da população. Uma parte destas regiões, que não tinha em suas dietas diárias derivados de trigo, passou a incorporá-las a preços reduzidos, substituindo outros cereais, ou farinhas de milho, mandioca que faziam parte dos hábitos alimentares.

## **4.2 Caracterização da Cadeia Produtiva Atual**

O mercado do trigo passou por dois períodos distintos. No primeiro o Estado possuía toda a autonomia, era regulador em função das políticas que visavam à ampliação do consumo e à auto-suficiência na produção. O outro período correspondeu ao livre mercado, com o fim do intervencionismo estatal. Com afastamento do Estado a correlação de forças foi disputada entre: a) produtores agrícolas; b) setor industrial da moagem; c) indústrias de transformações; e d) consumidores finais<sup>5</sup>.

O produto da produção primária e da industrial destina-se, exclusivamente, ao mercado interno. O grão produzido pelos tricultores, que não é utilizado para semente, é vendido, na sua maior parte, para as cooperativas e, uma menor parte, a intermediários e moageiros. Quando entregue às cooperativas, a produção é destinada, quando necessário, à formação de estoques pelo governo, e comercializada aos moinhos. Estes adquirem o grão a ser por eles transformado em farinha, diretamente das cooperativas por intermédio de corretores (que adquirem o produto nas bolsas de cereais em leilões promovidos pelo governo), de intermediários e/ou de importadores. Estes moageiros vendem a farinha às indústrias de transformação final (panificação, massas, doces e biscoitos) e/ou diretamente aos distribuidores internos.

No estudo procurou-se caracterizar os elos mais importantes da cadeia produtiva do trigo. Para isso, elegeu-se o segmento agrícola composto pelos produtores, a indústria moageira, o segmento de transformação, composto por grande número de indústrias de massas, biscoitos, pães, e o segmento composto pelos consumidores de derivados de trigo.

---

<sup>5</sup> Atualmente iniciam-se entendimentos entre os diferentes elos da cadeia produtiva no sentido de viabilizar interesses comuns, alguns moinhos no Paraná financiam parte da produção (matéria Globo Rural em 26/07/98).

A montante do segmento produtivo de trigo, encontramos grande número de indústrias de fertilizantes, defensivos agrícolas, máquinas, equipamentos e serviços. A relações inter-setoriais, a montante do segmento agrícola na cadeia produtiva com os demais, serão determinadas e quantificadas na seção 4.6 e 4.7, com o auxílio da matriz insumo-produto.

#### **4.2.1 Segmento produtivo do trigo em grão**

O Brasil é tradicionalmente um importador de trigo e apresentou, em 1997, um grau de dependência externa no abastecimento do cereal de aproximadamente 57%, sendo que, em 1994, este percentual foi de 70% conforme tabela 3.

A grande dependência do cereal importado deve-se ao custo de produção interna ser elevado e à baixa qualidade da matéria-prima, conforme alegam as indústrias moageiras. Além disso, a concorrência desleal no mercado internacional, proporcionada por elevados subsídios, contribui para a redução do preço do produto nacional, desestimulando a produção. E, ainda, o elevado custo de transporte e de logística, em função das distâncias entre os centros produtores e consumidores.

Em 1985, de acordo com o Censo Agropecuário da Fundação Instituto de Geografia e Estatística (IBGE), havia no Brasil, 142,5 mil estabelecimentos com exploração tritícola. Porém hoje a triticultura é resultante de um processo evolutivo em que se conjugaram movimentos distintos: expansão da área e da produção de 1989 e retração destes após a eliminação da intervenção estatal.

O Brasil, em 1987, alcançou sua maior produção 6,2 milhões de toneladas, 93,3% do trigo consumido internamente. E, com isso, no ano de 1988, a importação foi de apenas 952 mil toneladas, a menor desde a década de 1970.

No Rio Grande do Sul, ainda em 1995, a área média cultivada com trigo por estabelecimento foi de 9,9 hectares, concentrando-se em unidades com área entre 10 e 50 hectares. A produção desse estrato foi de 30,3% do total e com 34,5 da área e contemplando 67,8% do total dos estabelecimentos.

Com base nas informações anteriores, podemos observar que a produção de trigo nos dois estados da Região Sul, encontra-se localizada em pequenos e médios estabelecimentos. Mas, no Rio Grande do Sul, destaca-se os estabelecimentos com área superior a 500 hectares, que produziram 23,6 do total e os estabelecimentos

com área superior a 500 hectares que produziram 41,3% do trigo. Esta constatação é importante à medida se observa a necessidade de adoção de tecnologias visando aumentar a produtividade e reduzir custos através de economias de escala.

No Rio Grande do Sul, o trigo apresenta algumas desvantagens em relação ao Paraná. A primeira, em função das condições climáticas, principalmente, pela ameaça de geadas tardias e no Paraná, a colheita do trigo é antecipada em até dois meses. Com esta antecipação, o produto pode ser comercializado no centro do país antes da entrada do produto importado, oriundo principalmente da Argentina. Outro aspecto positivo em favor do Paraná é a proximidade com a Região Sudeste, maior centro consumidor e de processamento do país, o que possibilita o escoamento da safra com menores custos de transporte. Além disso, o trigo produzido antecipadamente no Paraná torna-se competitivo no mercado brasileiro e é comercializado a preços mais elevados, viabilizando a pequena e média produção.

Mas, apesar das desvantagens, no Rio Grande do Sul a produção de trigo destaca-se para as unidades agrícolas maiores, tornando possível aumentar a competitividade devido à economia de escala. O que se percebe no Rio Grande do Sul é a falta de condições financeiras para adotar tecnologias, umas partes de pequenos e médios produtores estão abandonando a atividade, permanecendo apenas aqueles que apresentam condições de investir no negócio.

Silva (1995) afirma que no Brasil existe tecnologia e cultivares de trigo de boa qualidade e que cerca de 10 milhões de hectares estão aptos para serem cultivados como cereal.

Diante disso, constata-se que, no estado do Paraná, o produtor possui vantagens na antecipação da colheita, tornando o seu produto mais competitivo e garantindo sua comercialização pela ausência da matéria-prima no mercado.

#### **4.2. 2 Segmento Moageiro**

De modo geral, a indústria moageira de trigo apresenta características de um oligopólio concentrado em que as firmas operam sobre diferentes condições de custos devido a diferentes combinações no uso dos fatores, bem como por diferenças qualitativas e quantitativas no equipamento utilizado.

A partir da década de 1950-60, o governo passou a ser o único vendedor de trigo nacional e estrangeiro aos moinhos, assumindo todas as despesas de

comercialização e estocagem. Ele fixou os preços de venda do grão e derivados e criou cotas de trigo aos moinhos em função de demanda de cada região. Na época, as cotas eram inferiores à capacidade instalada, provocando a ociosidade e um intenso comércio entre os moinhos (Mendes, 1994).

E, ainda, a abertura de novos moinhos só era permitida com a autorização do Departamento do Trigo, que também era responsável pelo deslocamento das empresas dentro do território nacional e pela retirada de funcionamento de quem não seguisse a recomendação. Em 1967, existiam 368 moinhos registrados e, em 1989, reduziram-se para 179.

No estado do Rio Grande do Sul, por exemplo, em 1967 existiam 2.000 moinhos coloniais, de caráter familiar, que foram proibidos de comprar, moer e vender derivados de trigo após o decreto lei nº 210. Esses moinhos operavam durante um período no ano e usavam matéria-prima oriunda da própria localidade. Com a intervenção e controle da moagem do trigo através de cotas, eles foram desativados devido à escala, o que dificultou a distribuição do cereal (Panorama setorial 1996).

Atualmente, a indústria moageira brasileira opera com 34% de sua capacidade ociosa, ou seja, de um potencial de 12,8 milhões de toneladas para uma moagem real de 8,5 milhões de toneladas.

Mesmo atuando com ociosidade, a indústria enfrenta o problema da farinha de trigo importada que, segundo Almeida (1997), teve início em 1992 com a importação de 15,2 mil toneladas e, em 1997, chegou a 300 mil toneladas, o que corresponde a quase 4,8% do consumo total de farinha. O mesmo autor afirma que a previsão para 1998 é de que a Argentina exporte 500 mil toneladas de farinha e o mercado brasileiro seja o maior consumidor.

Kassai (1997) afirma que com a entrada da farinha importada, principalmente da Argentina, achataram-se muito os preços devido à competitividade do produto, que é internalizado por preços até 10% inferiores aos de seu similar nacional. A indústria mais atingida é a do Norte e a do Nordeste, onde o produto chega de navio, em grande quantidade, reduzindo o custo final.

De acordo com os dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2009), a produção brasileira de trigo em 2008 totalizou 6,03 milhões de toneladas, com uma área colhida de 2,42 milhões de hectares e rendimento de 2,49 toneladas por hectare. Em 2007, o cultivo do trigo ocorreu em nove estados

brasileiros, contudo, 88,7% da produção nacional ocorreu no Paraná e no Rio Grande do Sul. Desta forma, a região Sul do Brasil apresenta forte participação na produção nacional de trigo.

Apesar de a produção de trigo superar 6,0 milhões de toneladas, esta ainda é insuficiente para atender a demanda doméstica, estimada em aproximadamente 11 milhões de toneladas. A participação dos estados brasileiros na produção de trigo nos últimos 3 anos é apresentada na Tabela 1, enquanto que a distribuição da produção em 2007 é observada na Figura 3. Dados da Companhia Nacional de Abastecimento (CONAB, 2009), apontam que o consumo de trigo no mercado doméstico brasileiro foi de 10,8 milhões de toneladas em 2008.

Deste total, apenas 40,0% é suprido pela oferta nacional, enquanto que o restante é atendido pelas importações. Assim, fica clara a dependência brasileira quanto às importações de trigo.

De acordo com a Secretaria de Comércio Exterior (Secex), entre 1990 e 2008, o total de trigo importado pelo Brasil foi de 75,5 milhões de toneladas, equivalendo a um dispêndio US\$ 11,7 bilhões no período. Isso evidencia que o Brasil depende em grande parte das importações do cereal, que principalmente são oriundas da Argentina (89,0% do total).

Outros fornecedores são o Canadá (3,4%), Estados Unidos (3,3%) e Paraguai (2,6%).

Tabela 1 – Produção de trigo e participação entre 2005 e 2007

Estados	2005		2006		2007	
	Produção	%	Produção	%	Produção	%
Paraná	2.767.440	59,40%	1.236.294	49,75%	1.927.216	46,84%
Rio Grande do Sul	1.389.731	29,83%	823.062	33,12%	1.723.007	41,88%
Santa Catarina	106.514	2,29%	146.146	5,88%	203.334	4,94%
São Paulo	136.300	2,93%	102.690	4,13%	105.159	2,56%
Minas Gerais	63.722	1,37%	58.335	2,35%	51.253	1,25%
Goiás	49.885	1,07%	47.918	1,93%	48.018	1,17%
Mato Grosso do Sul	136.410	2,93%	61.783	2,49%	40.061	0,97%
Distrito Federal	6.190	0,13%	7.650	0,31%	14.479	0,35%
Mato Grosso	683	0,01%	970	0,04%	1.530	0,04%
Bahia	1.915	0,04%	-	-	-	-
Brasil	4.658.790	100,00%	2.484.848	100,00%	4.114.057	100,00%

Fonte: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE (2009)

### **4.3 Aspectos da indústria de derivados de trigo no Brasil**

As cadeias produtivas são formadas por sistemas produtivos que operam em diferentes ecossistemas ou sistemas naturais, além de diversas instituições de apoio (instituições de crédito, pesquisa, assistência técnica e outras) e um aparato legal e normativo. O agronegócio de uma determinada região é formado por um conjunto das cadeias produtivas. Assim, políticas agrícolas eficazes (crédito agrícola, crédito para pesquisa, normas de impostos e taxas, serviços de apoio, entre outras) só podem ser estabelecidas a partir de uma visão sistêmica do negócio (ROSSI et al. 2004 apud CASTRO 2000, p.4) .

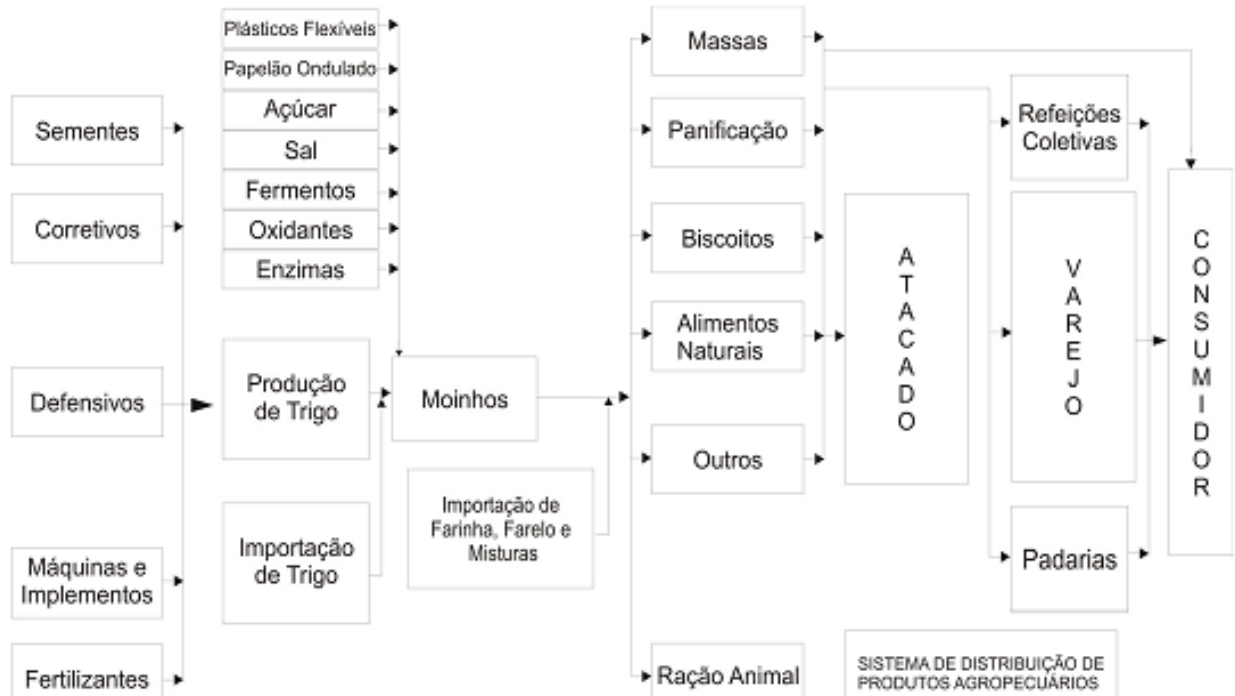
A cadeia do trigo, segundo Brum & Muller (2008), é dividida em insumos, produção, moinhos, transformação/distribuição e consumo. Para este trabalho, o foco voltou-se para a indústria moageira, uma vez que este elo é o principal fornecedor de alimentos/insumos para a população/indústria brasileira. Para identificar esses processos e como estão ligados, utilizou-se a cadeia produtiva do trigo proposta por Rossi & Neves(2004) (Figura 1).

Silva (1991) aponta que a indústria moageira de trigo no Brasil é relativamente antiga.

Contudo, esta se desenvolveu somente após a Lei 948 de 3/12/1949, que isentou de impostos por cinco anos a importação de máquinas, desde que não houvesse similar nacional. Como parte dos moinhos recebia cotas de trigo proporcionalmente à capacidade de produção, rapidamente ocorreu a expansão do número de plantas no parque moageiro nacional. Por conta disso, a capacidade do parque moageiro brasileiro apresentava-se superior ao consumo doméstico de trigo, havendo forte ociosidade neste setor no Brasil.

Na figura 1 se observa todas as etapas da cadeia, desde o fornecimento dos insumos até a distribuição dos produtos no varejo. Apesar de hoje o Brasil não ser auto-suficiente na produção de trigo para o consumo interno, no passado a cultura do trigo ocupou uma posição importante, porém problemas fitossanitários, políticas públicas, má coordenação da cadeia e a grande vulnerabilidade ao clima, fizeram os produtores abandonarem o cultivo.

Figura 1 – Cadeia Produtiva do trigo Brasileira



Fonte: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE (2009)

No início dos anos 90, as diretrizes das políticas brasileiras consistiam em “liberar os mercados agroindustriais, abrir a economia, desregulamentar as atividades do agribusiness, como fatores tendentes a induzir maior eficiência econômica, competitividade, qualidade e preços mais baratos para os consumidores” (Canziani et al., 2004). Para o trigo, nessa época a estatização do grão o retirou do mercado em diversos elos da cadeia e pequenos produtores menos eficientes também foram eliminados do processo, para que grandes produtores adequados à modernização pudessem desenvolver melhor o setor.

O resultado obtido não foi como o planejado. Houve grande desânimo no mercado e em 1995 o Brasil produzia apenas 25% do que produziu no final dos anos 80. O governo brasileiro até tentou reerguer o setor, porém o receio quanto ao impacto que isso geraria na inflação do País era grande. O agricultor sem condições de se manter no mercado e enfrentar a concorrência com o produto importado, começou a diminuir progressivamente a área plantada.



## 5 PLANO DE MARKETING PARA AUMENTO DE VENDAS DO TRIGO PARANAENSE

### 5.1 Análise do consumo de farinha de trigo no Paraná

Tabela 2 - Dados de consumo de farinha de trigo no Paraná

Consumo	Valor
Per capita - kg/hab/ano	21,89
Toneladas/ano	225.000
Valor do consumo – R\$/ano	R\$ 270.000.000,00

Fonte: FIEP - 2006

Nota técnica sobre os dados da TABELA 2.

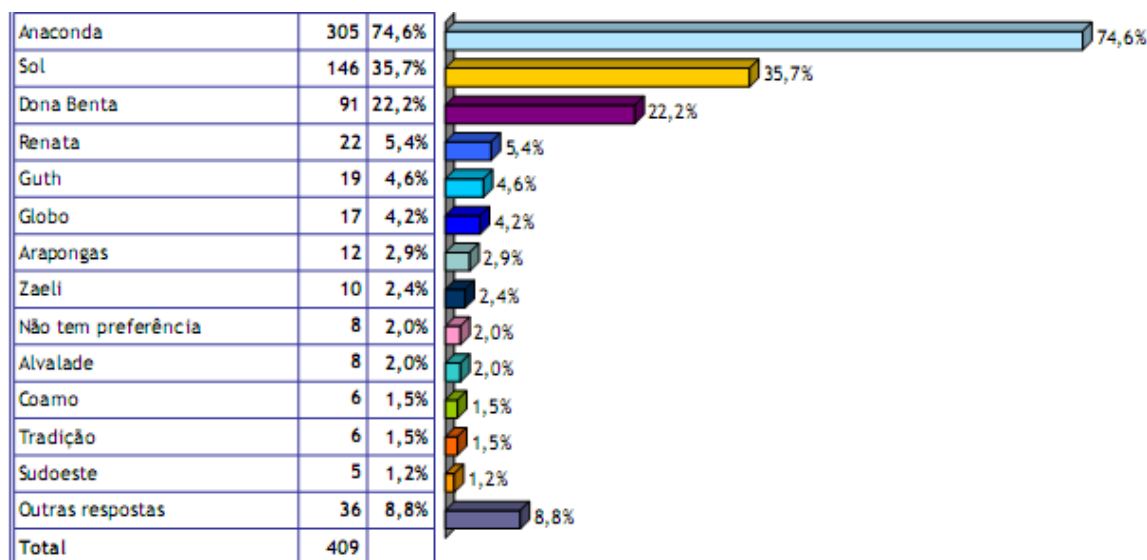
- Consumo per capita = consumo médio anual dividido pelo número médio de elementos da família. Ambas, informações obtidas da pesquisa junto ao consumidor do PR – FIEP.
- Consumo anual = consumo per capita multiplicado pela população do Paraná/1000. Fonte dos dados de população, IBGE. População residente de 10.261.856 em 01.07.2005.
- Valor do consumo, produto empacotado = Consumo anual pelo preço médio/tonelada pago pelo consumidor. Preços obtidos levantamento direto em pontos de venda. Preço médio do produto empacotado: R\$ 1.200,00/tonelada em 06/2006.

### 5.2 Origem da farinha de trigo consumida no Paraná

O consumidor paranaense de farinha de trigo (domiciliar) compra acentuadamente marcas do Paraná na proporção de 82,57% contra 17,43% de marcas de outros estados.

A TABELA 3 mostra as marcas farinha de trigo preferida pelo consumidor paranaense, enquanto a tabela IV destaca as marcas compradas com mais frequência.

Tabela 3 – Marcas de Farinha de Trigo Preferidas (Respostas Múltipla)



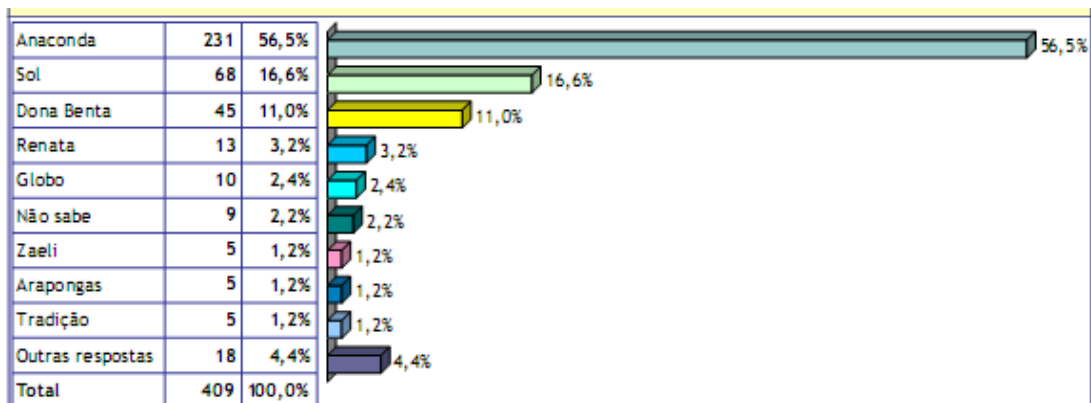
Fonte: FIEP - 2006

Resposta múltipla significa que as respostas podem ter uma ou mais marcas preferidas. Assim, o total de respostas excede o total de informantes em número e percentual na tabela III.

A TABELA 4 mostra que o consumo está concentrado em poucas marcas. As três marcas mais frequentemente consumidas suprem, aproximadamente, 84% do consumo de farinha de trigo no Estado.

A marca líder participa com 56,5% no consumo, quantidade 3,4 vezes maior que a marca que está em segundo lugar e, 5,6 vezes maior que a marca em terceiro lugar. Apenas 4,4% do consumo de farinha de trigo no Paraná está pulverizado em número grande de marcas.

Tabela 4 – Marcas de Farinha de trigo compradas com mais frequencia



Fonte: FIEP - 2006

### 5.3 A farinha de trigo e o consumidor paranaense

O cliente é quem decide a compra e, portanto, o volume de venda de qualquer empresa e, não a administração da mesma. A administração da empresa não pode influenciar e atrair diretamente o cliente, senão através do composto mercadológico (preço, produto, promoção, distribuição) que pratica.

O consumidor paranaense de farinha de trigo vem decidindo, como já mostramos destinar 17,43% dos seus gastos neste item com produtos fabricados em outros Estados e, 82,57% para produtos industrializados no Paraná.

Quem quiser convencê-lo para consumir seus produtos deve identificar seu comportamento, necessidades e valores, como base para criar um composto mercadológico capaz de influenciá-lo nesta direção.

Para ajudar nesta tarefa, apresentamos a seguir o ponto de vista do consumidor paranaense de farinha de trigo, obtido por pesquisa direta junto aos mesmos, realizada pela FIEP.

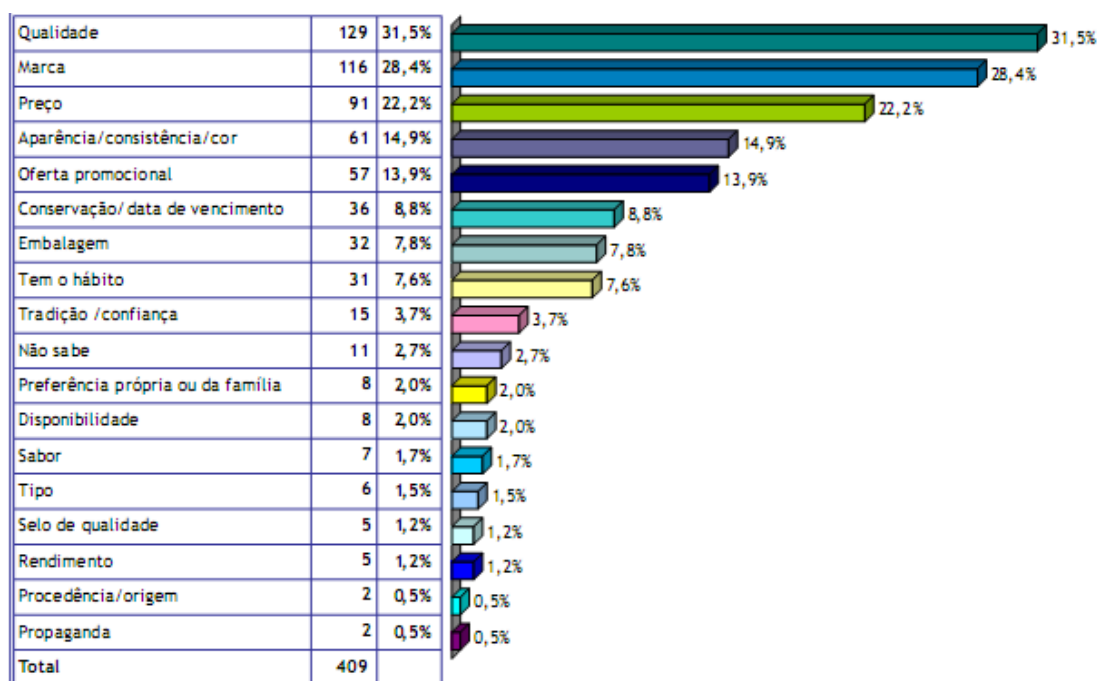
### 5.4 Fatores determinantes da escolha do produto.

A TABELA 5 mostra os fatores que o consumidor leva em consideração na hora de escolher farinha de trigo. Qualidade e marca, constituem juntos os fatores mais relevantes para 59,9% dos consumidores.

Cumprir destacar como importante fator o preço (para 22,2% dos consumidores),

Aparência/consistência/cor (para 14,9% dos consumidores), oferta promocional (para 13,9% dos consumidores), conservação/data do vencimento (para 8,8% dos consumidores) e embalagem (para 8,8% dos consumidores).

Tabela 5 – Fatores determinantes da escolha da farinha de trigo



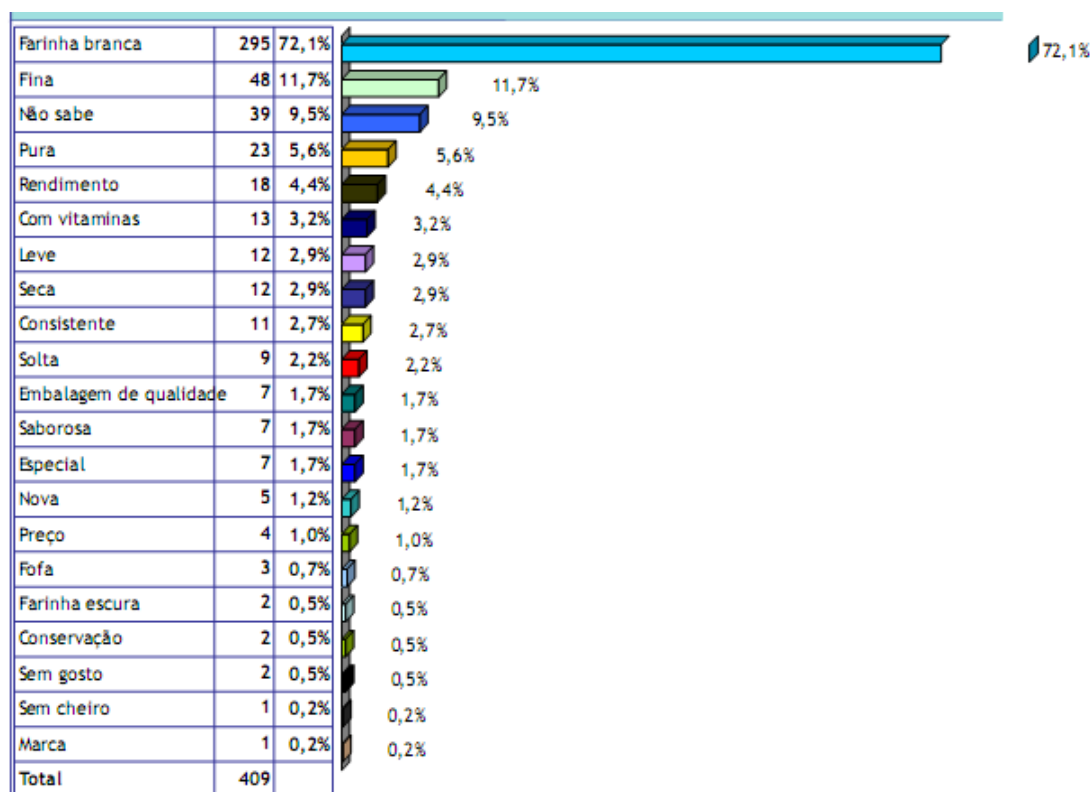
Fonte: FIEP - 2006

## 5.5 Como deve ser a farinha de trigo

A TABELA 6 mostra as características de uma farinha de trigo de qualidade, segundo o consumidor paranaense.

A aparência constitui a característica mais importante, evidenciada pelas respostas farinha branca (72,1%), fina (11,7%), seca (2,9%), solta (2,2%) e fofa (0,7%), que juntas somam 89,6% das respostas.

Tabela 6 – Características de uma farinha de trigo de qualidade

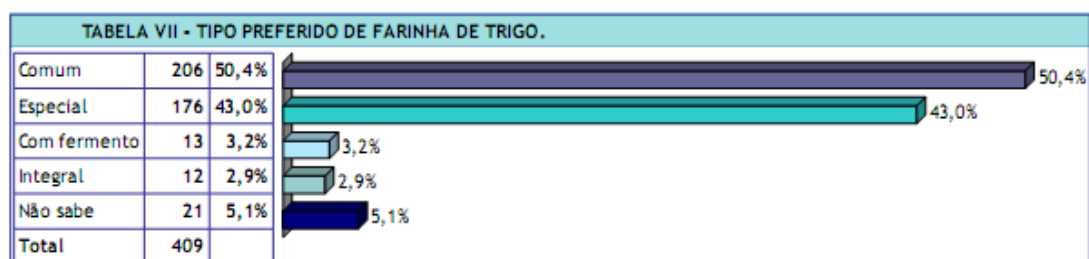


Fonte: FIEP - 2006

## 5.6 Tipo preferido de farinha de trigo.

Segundo a TABELA 7 os tipos preferidos de farinha de trigo são a comum (50,4%) e a especial (43,0%).

Tabela 7 – Tipos preferidos de farinha de trigo



Fonte: FIEP - 2006

Entretanto, 86,1% dos consumidores entrevistados consideram muito importante/importante a oferta de farinha de trigo enriquecida com vitaminas e ferro, embora só 3,2% considerem ser este um fator de qualidade do produto (Ver TABELA V).

### 5.6.1 Tipo de embalagem preferida

Pacote de papel é o tipo preferido de embalagem da farinha de trigo. 13,7% preferem embalagem de plástico, normalmente transparente permitindo a visualização da aparência do produto.

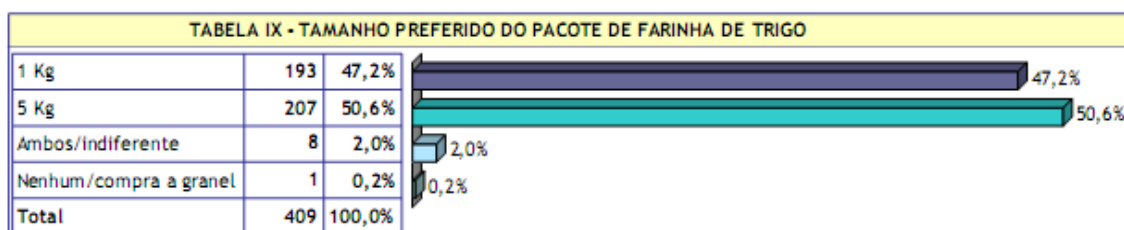
Tabela 8 – Tipo de Embalagem preferido da farinha de Trigo



Fonte: FIEP - 2006

Tabela 9 – Mostra que o pacote de 5kg tem a preferência de 50,6% dos consumidores. Em segundo lugar na preferência aparece o pacote de 1kg com 47,2%.

Tabela 9 – Tamanho preferido do pacote de Farinha de Trigo



Fonte: FIEP - 2006

### 5.6.2 Tipos de uso que o consumidor faz com a farinha de trigo

Conforme mostra a TABELA 10, a farinha de trigo é usada pelo consumidor paranaense acentuadamente para fazer pão e bolo. Em média, o pão é feito 2,37 vezes no mês (a cada 12 dias). Já o bolo é feito, em média 3,06 vezes no mês (a cada 10 dias, aproximadamente).

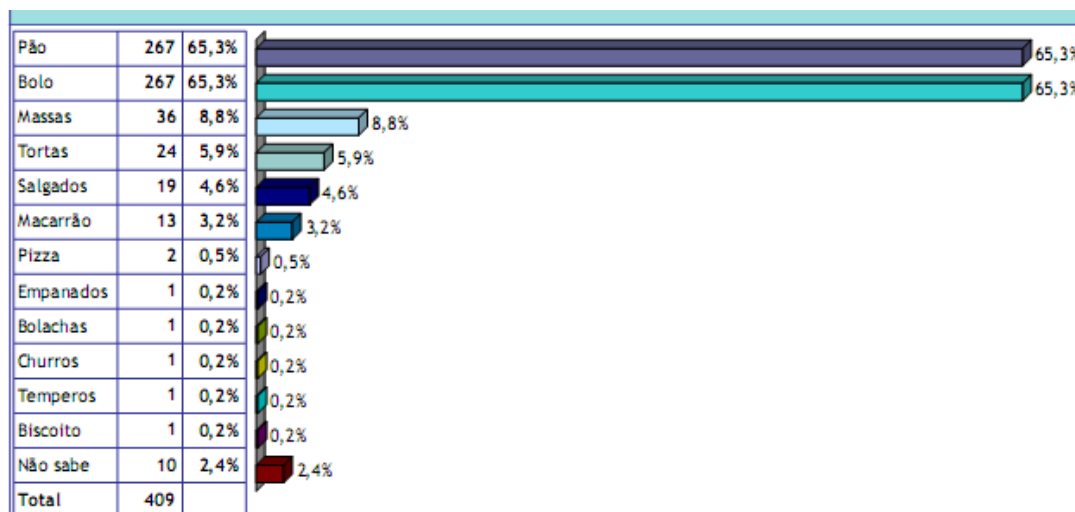
Massas é o terceiro tipo de uso da farinha de trigo, aproximadamente 7 vezes menos que pão e bolo.

Quem faz massa, o faz 3,69 vezes por mês (a cada 8 dias), em média.

Tortas é o quarto tipo de uso da farinha de trigo, 11 vezes menor que pão e bolo. Tortas são feitas 3,21 vezes ao mês (a cada 9 dias), em média.

Na realidade, a tendência de uso da farinha de trigo é para os produtos de uso mais freqüente (diários), categoria esta que pertencem os pães e bolos. Podemos afirmar que assim o consumidor faz economia, pois tais produtos comprados prontos são bem mais caros.

Tabela 10 – Tipos de usos da farinha de trigo



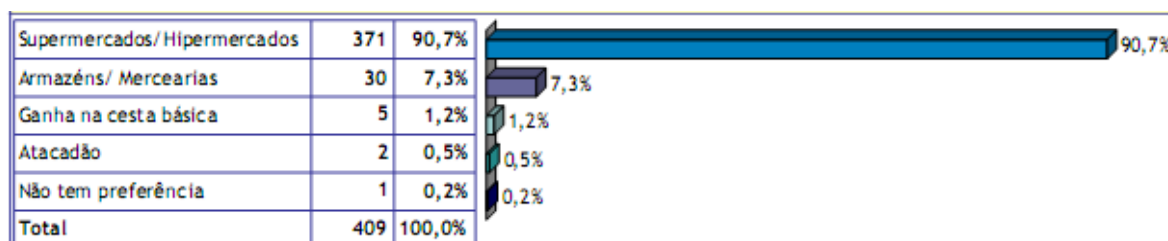
Fonte: FIEP - 2006

### 5.6.3 Locais de compra e fatores determinantes da sua escolha

A TABELA 11 evidencia que a quase totalidade dos consumidores preferem comprar trigo em supermercados/hipermercados (90,7%), incluindo 44,2% de

consumidores clientes de supermercados de bairro. Armazém/Mercearias (7,3%), cesta básica (1,2%) e atacados (0,5%) formam os demais locais de aquisição do produto.

Tabela 11 - Locais preferidos de compra da farinha de trigo



Fonte: FIEP - 2006

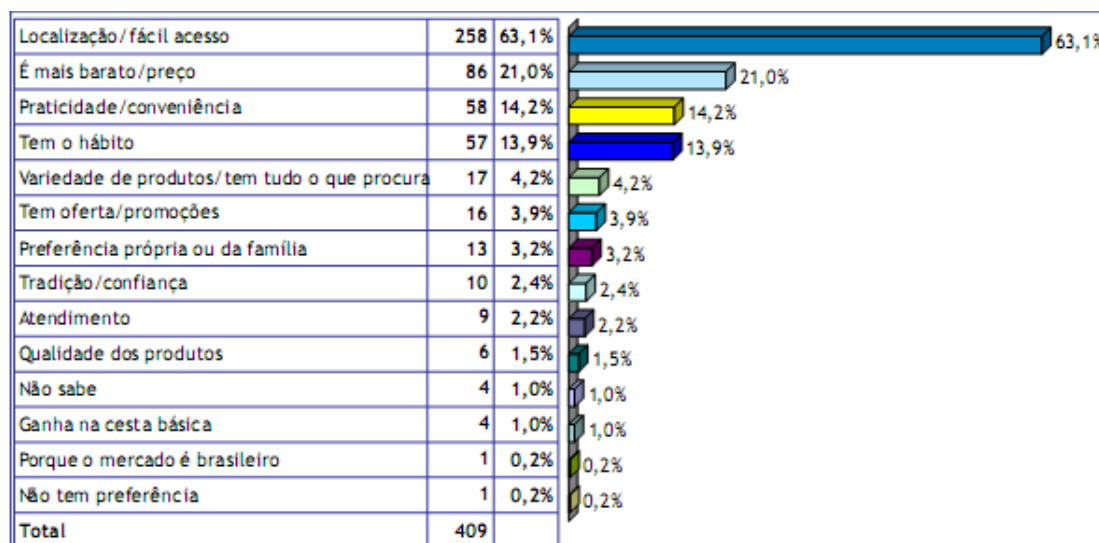
Os fatores determinantes da escolha do local de compra estão mostrados na TABELA 12.

Localização/fácil acesso/praticidade/conveniência determinaram a escolha de 63,1% dos consumidores.

Preço mais barato leva 21,0% dos consumidores ao local de compra onde estes fatores são encontrados.

Praticidade/conveniência do local influenciam 14,2% dos consumidores. O hábito leva ao local 13,9% dos consumidores de farinha de trigo.

Tabela 12 – Fatores determinantes da escolha do local de compra



Fonte: FIEP - 2006



#### **5.6.4 Como mudar hábitos de compra**

Resistência à mudança é uma das características do ser humano. Hábitos, construídos a partir de experiências bem sucedidas, tornam-se rotinas.

São 29,1% os consumidores que conhecem marcas paranaenses, embora 82,57% sejam consumidores de farinha de trigo industrializada no Estado. Provavelmente, esta situação resulta da estrutura de moagem e da distribuição, uma vez que o pequeno preço unitário do produto reduz a rentabilidade em função da distancia.

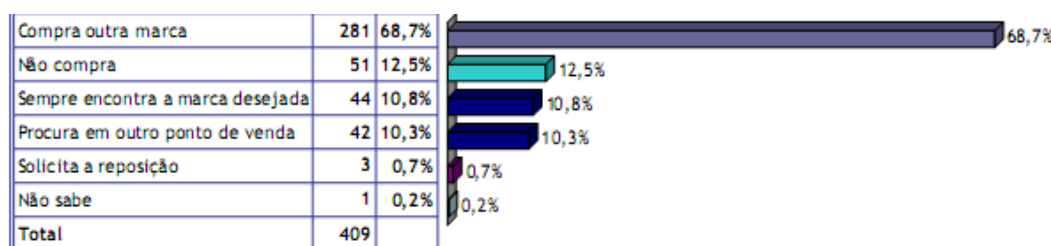
Investigação das condições do consumidor para comprar marcas de farinha de trigo industrializada no Paraná:

## 6. QUESTIONÁRIO DA PESQUISA APLICADA AO CONSUMIDOR PARANAENSE

### Questão 1: O QUE VOCÊ FAZ QUANDO NÃO ENCONTRA A MARCA DE FARINHA DE TRIGO QUE COSTUMA COMPRAR?

A TABELA 13 mostra que mais de 2/3 dos consumidores quando não encontram a marca costumeira compram outra marca. Este fato demonstra que as posições conquistadas devem ser mantidas por adequada distribuição. No momento da necessidade do produto, a fidelidade existe para 23,5% dos consumidores, que assim agem: não compra (12,5%), procura outro ponto de venda (10,3%) e solicita a reposição (0,7%).

Tabela 13 – Resposta da Questão I

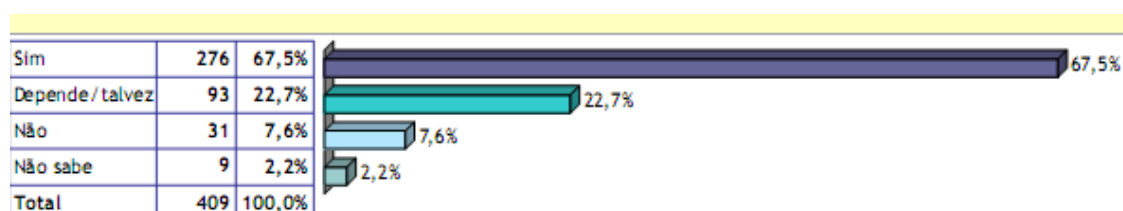


Fonte: Dados da Pesquisa 2009

### Questão 2: VOCÊ DARIA PREFERÊNCIA FARINHA DE TRIGO PRODUZIDA NO PARANÁ, SE O PREÇO E A QUALIDADE FOSSEM COMPATÍVEIS COM OS PRODUTOS FABRICADOS EM OUTROS ESTADOS?

A TABELA 14 mostra as respostas a esta indagação. 67,5% dizem que fariam a mudança. Entretanto, 22,7% têm dúvidas e 7,6% não mudariam seu hábito de consumo.

Tabela 14 – Respostas da Questão 2

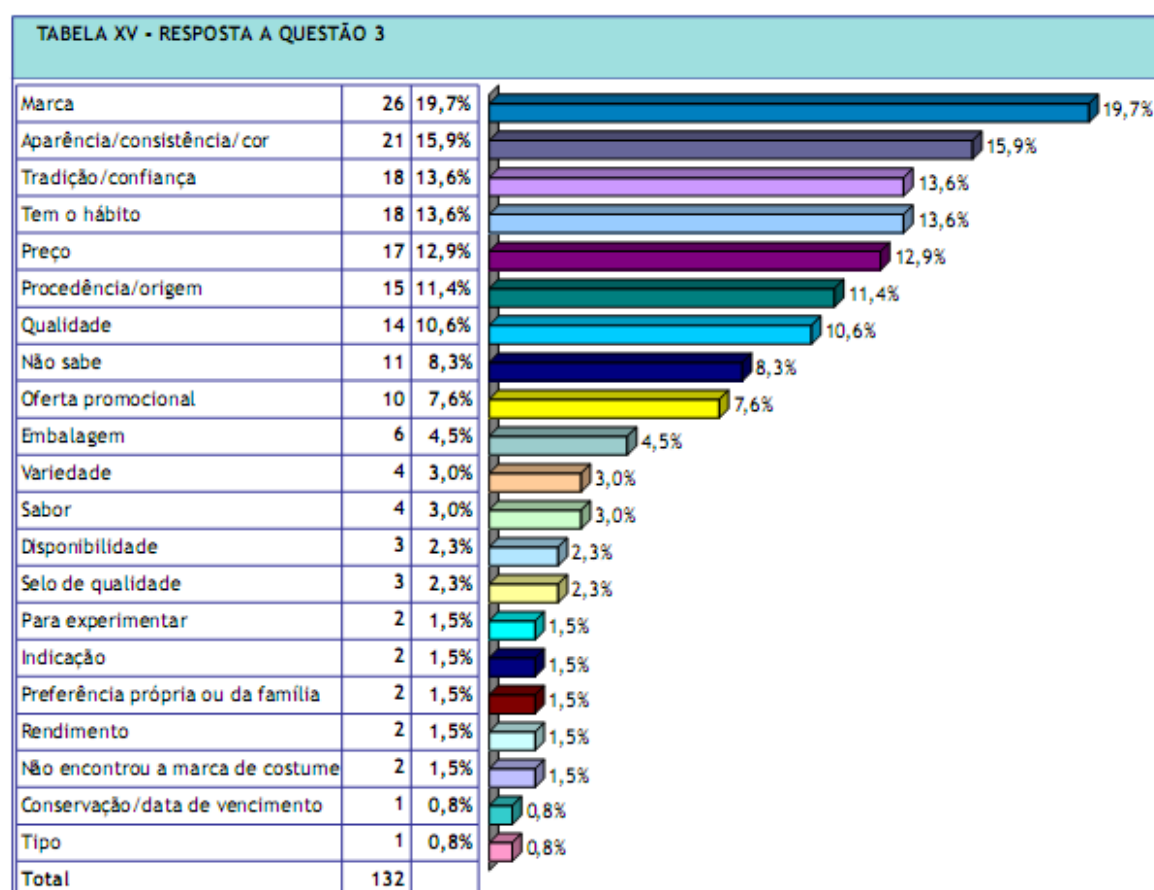


Fonte: Dados da Pesquisa 2009

**Questão 3: SE JÁ COMPROU, O QUE O FEZ CONSUMIR UMA MARCA DE FARINHA DE TRIGO PARANAENSE?**

A TABELA 15 mostra as respostas a esta indagação.

Tabela 15 – Resposta a questão 3



Fonte: Dados da Pesquisa 2009

As respostas as questões 1 e 2 mostram que preço e qualidade são os fatores que precisam ser melhorados para ocorrer mudança de hábito de consumo.

Estes são importantes fatores determinantes da escolha do produto a ser consumido.

## 7. ESTRATÉGIAS MERCADOLÓGICAS PRATICADAS PELAS EMPRESAS

1) Empresa fabricante da marca líder.

Fonte: Site da empresa [www.anaconda.com.br](http://www.anaconda.com.br)

Início das atividades industriais.

Iniciou suas atividades em 1951. Hoje tem unidade industrial em Curitiba e São Paulo.

Negócio da empresa.

Crescimento baseado na qualidade dos produtos e no correto relacionamento com clientes e fornecedores.

Linha de produtos.

- Farinha de Trigo Especial Anaconda Premium
- Farinha de Trigo Especial Anaconda ,
- Farinha de Trigo Especial Anaconda Pizza
- Farinha de Trigo Especial Anaconda Pastel
- Farinha de Trigo Integral Anaconda
- Farinha de Trigo Especial Alvalade
- Farinha de Trigo Fofa
- Mistura Pronta Anamix
- Fibras Naturais

a) Qualidade

Além do laboratório de análises, todos os CTA dispõem de uma Padaria Experimental, que produz, diariamente, pães e doces de todos os tipos, atestando assim a qualidade de tudo que é produzido.

A empresa tem Certificação de Qualidade ISO 9001:2000.

Parcerias

Diversas panificadoras, sindicatos de panificação (PR e SP), associações de classe (Abitrigo, Aipesp, Aipan).

b) Marca

Anaconda.

## 2) Preços ao consumidor

A TABELA XVI mostra os preços ao consumidor das diversas marcas de farinha de trigo comercializados em supermercado de Curitiba – Paraná, em junho de 2006.

Tabela 16 – Farinha de Trigo, Preços ao consumidor – Curitiba – PR

Marca	UF	Peso Unitário	Preço/unidade	Preço por ton.
Graciosa ouro	PR	1 kg	R\$ 0,99	R\$ 990,00
Anaconda Fofa	PR	1 kg	R\$ 1,16	R\$ 1.160,00
Anaconda Especial	PR	1 kg	R\$ 1,42	R\$ 1.420,00
Alvalade Especial	PR	1 kg	R\$ 1,42	R\$ 1.420,00
Guth Especial	PR	1 kg	R\$ 1,09	R\$ 1.090,00
Sol Especial	PR	1 kg	R\$ 1,57	R\$ 1.570,00
Graciosa Especial	PR	5 kg	R\$ 3,99	R\$ 798,00
Anaconda Fofa	PR	5 kg	R\$ 5,40	R\$ 1.080,00
Guth Star Especial	PR	5 kg	R\$ 5,89	R\$ 1.178,00
Cocamar Tipo1	PR	5 kg	R\$ 4,89	R\$ 978,00

Fonte: Preços coletados no Super Dip, Centro Cívico – Junho de 2006

A TABELA 16 evidencia que, neste local da pesquisa de preços ao consumidor e na época de sua realização, a marca líder (Anaconda) não tinha o preço mais baixo.

O preço pago pelo consumidor sofre redução com o tamanho do pacote. Esta é uma das razões que leva 50,6% dos consumidores a decidir pela compra de pacotes de 5 kg.

Cumprе destacar que o preço é o terceiro fator determinante da escolha do produto somente decisivo para 22,2% dos consumidores paranaenses.

Embora o preço tenha influência no volume de vendas só para 1/5 dos consumidores, ele é o principal determinante da rentabilidade do dinheiro aplicado na empresa. Assim sendo, da habilidade da administração da empresa na fixação de preços/políticas de preços e na criação de estrutura de custos competitiva dependem seus resultados.

### 3) Produtos

Para o consumidor final, os produtos ofertados são pacotes de 1 kg e de 5 kg. A embalagem preponderante é de papel. Há pacotes de plástico transparente, notadamente, para quantidades de 1 kg.

Apenas 13,7% dos consumidores preferem embalagens plásticas.

A cor da embalagem de papel é branca em todos os fabricantes. Como o papel não permite ver o produto e a farinha ser branca é a característica mais apontada de uma farinha de qualidade (72,1%), esta cor na embalagem sugere que o produto nela contido também tem esta característica.

Pelo fato da farinha de trigo não ser um produto pronto para o consumo (Ela é matéria prima de outros produtos), a maioria dos fabricantes coloca receitas impressas na embalagem.

As empresas produtoras de farinha de trigo procuram ter na sua linha produtos que melhor atendam as diferentes aplicações e tipos de clientes (consumidor final, panificadores, indústrias de massas e biscoitos, por exemplo). Atender idealmente estas diferentes aplicações e clientes depende do tipo de trigo, normalmente, cada um mais adequado a uma específica categoria de produto. Daí a necessidade de controle de qualidade em todas as etapas do processo produtivo e do uso final do produto. Testes laboratoriais, uso do produto em padarias experimentais, obediência a normas de certificação ISO, parcerias, entre outras, são atividades desenvolvidas pelas empresas para garantir qualidade e, por consequência, as vendas de seus produtos.

A rede de supermercados Wal Mart tem a marca própria Great Value. Coamo também é marca própria.

### 4) Distribuição

A distribuição é importante não só para garantir que o produto esteja disponível ao consumidor no momento da compra, como também, pelo fato de ser um dos mais importantes itens de custo do produto.

A distribuição influencia o capital de giro aplicado em estoques e crédito aos clientes. Operações de distribuição mais do tipo “just-in-time”, redutoras de capital, podem custar mais.

Pela sua importância para as vendas, por ser um importante item de custo do produto e influenciar no capital de giro necessário, a distribuição deve ser bem administrada. Uma boa administração depende de informações, que por sua vez dependem de sistemas informatizados.

Os sistemas informatizados reduzem custos ao automatizar contatos na cadeia de distribuição via internet, gerenciar estoques e, ao estabelecer roteiros mais econômicos para cada momento, entre outras vantagens.

Como a farinha de trigo é matéria prima, uma das estratégias é disponibilizar serviços e alternativas para ajudar o cliente a criar e vender produtos. Adequado relacionamento com os clientes e fornecedores é fundamental no negócio de farinha.

Exemplo:

A Padaria Bunge Pró é o site de serviços do panificador! Nele você encontra mais de 50 receitas profissionais da Bunge. Alimentos organizados em categorias prontos para serem usados. Com a Padaria Bunge Pró, você também pode incluir suas próprias receitas, alterar o rendimento, calcular o custo das receitas e ver informações nutricionais.



## 8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O início dos anos 90 constituiu um momento especial para reorganização do setor trigo no Brasil. O sistema de ativa participação do governo na comercialização e industrialização do cereal que vigorava desde 1967, cede lugar a uma liberalização geral, definida pelo Decreto-lei nº 8.096, de 21 de novembro de 1990.

A partir deste momento, inicia-se um período de transição em que os distintos agentes da cadeia produtora procuram ajustar suas posições de maneira menos dispendiosa e o mais rápido possível no novo cenário econômico do setor.

De acordo com os objetivos propostos, este estudo preocupou-se em analisar a cadeia produtiva do trigo no Brasil com ênfase na região sul. Sendo assim procurou-se descrever a evolução da produção, consumo e políticas envolvidas com as atividades ao longo do tempo e apresentando-se os principais aspectos que envolvem a competitividade da cadeia produtiva atual. Propôs-se também um plano de marketing para aumentar a venda de farinha de trigo na região do Paraná. Foi elaborado um questionário e aplicado aos consumidores paranaenses para averiguar o grau de satisfação e o consumo da farinha de trigo na região.

Com os dados levantados foi possível a elaboração de estratégia para o aumento das vendas, observou-se que o consumidor paranaense tem potencial no consumo da farinha de trigo em relação aos consumidores das outras regiões, sendo também um consumidor exigente.

O estudo também visa proporcionar duas contribuições importantes, teórica e gerencial, especialmente para a comunidade acadêmica, os gestores das empresas da indústria de farinha de trigo e de massas alimentícias da região sul, os representantes das classes de fabricantes. No campo teórico, o trabalho mostra que a utilização de mais de um referencial teórico na análise amplia a capacidade de entendimento das indústrias e permite detectar um maior número de ações. No campo gerencial, a contribuição está relacionada a dois aspectos: dá uma visão geral das ações e resultados dos principais produtores dos setores e mostra a debilidade das indústrias na região à economia de escala, devido ao pequeno porte das empresas e a falta de estratégias robustas, capazes de influenciar nos resultados.

## REFERÊNCIAS

ABIMA. **Associação brasileira de indústrias de massas alimentícias**. Disponível em: <[http://WWW.abima.com.br/est\\_mnacional.html](http://WWW.abima.com.br/est_mnacional.html)>. Acesso em: mai.2010.

ABITRIGO. **Associação brasileira das indústrias de trigo**. Disponível em: <[http://WWW.abitrigo.com.br/banco\\_de\\_dados.asp](http://WWW.abitrigo.com.br/banco_de_dados.asp)>... Acesso em: 30 mai.2010.

ALMEIDA, Hamilton. Expansão de Produção. **Gazeta Mercantil**, Porto Alegre, 8 a 14 dez. 1997. Relatório Gazeta Mercantil Latino-Americana, p. 10.

**Aspectos econômicos de cadeia produtiva de trigo no Brasil**. Passo Fundo: Embrapa Trigo, 2000.

BATALHA, M. O. **Gestão agroindustrial**: GEPAI: grupo de estudos e pesquisas agroindustriais .2. Ed. São Paulo: Atlas, 2001.

BEM, Judite S. **Estrutura – conduta – desempenho de mercado das indústrias**. Porto Alegre, análise, v. 1, n. 5. 1991 p. 523 – 538.

BAYNA, Cunha. **Trigo**. Rio de Janeiro, Serviços de Informações Agrícola, 1960, 2v.

BEBER, Azir Costa. **Custo de Produção**. São Luiz Gonzaga, Sementes umbu, 1998 (informação pessoal).

BENEDITO ROSA, Situação do trigo no Brasil. **Revista de Política Agrícola**.

Brasileira, ano 4, n. 1, p. 7-10, jan./fev./mar., 1997.

BRASIL. Decreto-lei n. 210 de 27 de fevereiro de 1967. **Estabelece Normas para o Abastecimento de trigo, sua industrialização e Comercialização e da outras Providências**. Brasileira, 1967.

BRASIL. Ministério da Agricultura, do Abastecimento e da Reforma Agrária. **Fundamentos Técnicos à Reorientação da Tricultura Nacional**. Brasília, 1993.74 p.

BRASIL Ministério do Abastecimento e Reforma Agrária. **Zoneamento Agrícola: Redução dos riscos climáticos na agricultura**. Porto alegre, 1996 a.

BRASIL. Ministério da Agricultura e Abastecimento. Portaria n. 667 de 6 de novembro de 1996. **Regulamento para oferta de prêmio para o Escoamento de Produto – PEP**. Brasília, 1996b.

CAMPINO, A.C. ET. Al. **A Questão Alimentar no Curto-Prazo: um Desafio para a Política Econômica**. São Paulo: 1986. apud SILVA, Vera Martins. A Regulamentação do Mercado Brasileiro de Trigo. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1992.

CARVALHO, Maria Auxiliadora & SILVA, César Roberto Leite da. Taxa de Câmbio e Preços de Commodites Agrícolas. **Informações Agrícolas**. São Paulo, v. 25, n.5,p.23-35m mai.1995.

CASTRO, George Luis & GONDIM, Silvana Neiva. **A integração da agropecuária a partir da matriz de insumo-produto – uma comparação Nordeste e Brasil**. In: Congresso Brasileiro de Economia e Sociologia Rural, 29. Campinas: 28 de jul. a 01 de ago. **Anais...** Brasília, 1991. v.2,p.429-44.

CAMPOS, Luiz Fernando. **O desempenho competitivo do setor moageiro do trigo no Brasil no período pós – 1990**. 2004. 198f. Tese (doutorado em Engenharia de Produção) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2004.

CAPRA, F. **A teia da vida**. São Paulo: Cultrix, 1996

COLLE, C.A. **A cadeia produtiva do trigo no Brasil: contribuição para a geração de emprego e renda**. 1998. 123f. F. Dissertação (Mestrado em Economia Rural) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 1998.

FREITAS, Luiz M & DELFIN NETTO, Antônio **O Trigo no Brasil**. São Paulo, Associação Comercial, 1960.175 p.

FURTADO, Antônio. **Panificadoras Investem R\$ 8 Milhões para Estimular Consumo de Pão.** Gazeta Mercantil, Porto alegre, 6 de Nov..1997. Caderno Agribusiness

GASQUES, José Garcia & VILLA VERDE, Carlos. **Crescimento da Agricultura Brasileira e Política no Anos Oitenta.** AIEPA, 1990. 23 p. (texto para discussão,204)

GÓES, Francisco. **Moinhos Perdem mercado.** Gazeta Mercantil, Porto Alegre, 8 a 14 dez. 1997, relatório Gazeta mercantil latino- Americana, p.11.

GURIENTI, Eliane Maria. **Qualidade industrial do trigo.** 2 ed. Passo Fundo, EMBRAPA-CNPT, 1996 36p. EMBRAPA-CNPT. Documentos, 27)

GUEDES PINTO, Luiz. **Notas Sobre política Agrícola e Crédito Rural.** Campinas, 1980. (Versão Preliminar)

HOMEM DE MELO, Fernando. Efeitos negativos da Política Cambial sobre a produção Agrícola. Preços Agrícolas. Setembro de 1997. (<http://am.esalq.usp.br>)

IBGE – **Fundação Instituto Brasileiro de geografia e Estatística.** Dados Agregados para o Brasil-1996. Rio de Janeiro, set. 1997. (Internet)

IBGE – **Fundação instituto Brasileiro de geografia e Estatística.** Censo Agropecuário de 1995/96. Rio de Janeiro, set.1998

SILVA, Paulo Roberto. **A Cadeia do Agribusiness Gaúcho do trigo.** Porto Alegre Fecotrigo, 1995. 45 p.

SILVA, Vera Martins. **A Regularização do Mercado Brasileiro de trigo São Paulo, editora da universidade de São Paulo,** 1992.179 p.

SILVA, Ady Comentários Sobre o Trabalho – **Substituição de Importações na Agricultura Brasileira: a Produção do Trigo no Rio Grande do Sul**. Revista de Estudos Econômicos. São Paulo, v. 3, n 1,p. 156-61, jan-abr, 1974.

SOARES, Ricardo Pereira, **Avaliação Econômica da Política Triticola** de 1967 a 1977. Brasília: Comissão de Financiamento da Produção, 1980. 140 p. (Coleção Análise e Pesquisa, 20).

SOUILLJEE, Comelis M. H. **Histórico das Produções de Trigo**, Triticale e Soja. Carazinho, Sementes São Bento, 1998 (Informação pessoal).

SOUZA, Nali de Jesus. **O papel da Agricultura na Integração Intersetorial Brasileira**. São Paulo, IPE/USP, 1988. 321 p. (Tese de Conclusão de Curso de Doutorado na Faculdade de Economia e Administração)

Panorama Setorial, **Indústria de Massas, Pães e Bolos**. **Gazeta Mercantil**, São Paulo, Editora da Gazeta Mercantil, 1995, 62 p.

Porter, Michael E. **A Vantagem Competitiva das Nações**. Rio de Janeiro, Campus 1993, 320 p.

Prado, Eleutério Fernando. **Estrutura Tecnológica e desenvolvimento Regional**. São Paulo. IPE/USP. 1981. 257 p. (Coleção Ensaios Econômicos n.10).

SMANHOTTO, A. et al. Características **físicas e fisiológicas na qualidade industrial de cultivares e linhagens de trigo e triticale**. Campina grande, 2006.

Vasconcellos, Marco Antonio. Sistemas de Contabilidade Social: **Contas Nacionais no Brasil**. In: Manual de Economia. 2 ed. São Paulo, Saraiva, 1998, cap. 13. p. 289-308.

Zandonaki, Renato. **Consumo Interno de Trigo**. Trigo e Soja. Porto Alegre n. 39. p. 8-11. fev. 1979.